

# RESEÑA

## EMPRENDIMIENTO. DIMENSIONES SOCIALES Y CULTURALES EN LAS MIPYMES

**Diana del Consuelo Caldera González**

*Profesora investigadora de la Universidad de Guanajuato, Campus Guanajuato*

Interesante obra que consta de seis capítulos en los que se discute acerca del perfil de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en el Municipio de Celaya, con el propósito de analizar sus características, identificar sus problemáticas y proponer soluciones alternativas. Desde una visión complementaria, se toma en cuenta no sólo la cara formal, objetiva y visible de la organización, representada por las estructuras y los recursos, sino que se resalta la importancia de los sistemas de representación que los actores de las Mipymes dan a su práctica cotidiana, los cuales permanecen ocultos no sólo a los propios ojos de estos actores, sino también a los de algunos investigadores.

Precisamente, de este hecho proviene la riqueza de la obra, ya que es un estudio local que, a partir de información recabada de primera mano, favorece el conocimiento de las Mipymes

en México y rescata, entre otros, el aspecto de comunidad y familia para comprender la identidad propia de estas organizaciones.

Los autores parten de la premisa de que los conocimientos preexistentes del *management*, o la administración tradicional, no son suficientes para comprender la lógica por la cual funcionan las organizaciones en general (no sólo las Mipymes), en consecuencia, realizan una crítica a la visión funcionalista de la perspectiva ortodoxa que ha prevalecido en el análisis organizacional, en la cual priva una búsqueda frenética por la eficiencia que, muchas veces, despoja todo vestigio de humanidad: de este modo, los autores proponen retomar los aportes de Pierre Bordieu, que aborda el estudio de la complejidad sociocultural a partir de las definiciones de distintos capitales.

Para los interesados en comprender las Mipymes en México, esta obra resulta muy propo-

sitiva ya que, además de problematizar en torno a las definiciones de emprendimiento y de Mipymes, coloca la cuestión de los símbolos y los significados de los actores en el centro de la discusión, con el objetivo de comprender realmente el porqué surgen, se mantienen, crecen o, en su defecto, mueren las Mipymes.

También resulta interesante en el libro el ejercicio de compartir la experiencia de la Provincia de Quebec, donde se vivió, hace poco más de dos décadas, una revolución pacífica emprendedora que modificó de manera general la vida, la economía y la sociedad local. Julien, quien prologa la obra, refiere que es posible comparar esta experiencia con el Municipio de Celaya, para resaltar la importancia del sector de las Mipymes en el desarrollo del Municipio.

La obra aborda, por otro lado, el tema de la aniquilación de algunos sectores en México, donde existe la exclusión de distintas Mipymes, las cuales, dada su poca capacidad de producción o sus incipientes tecnologías, no pueden competir con las grandes empresas. Esto resulta fundamental, pues, precisamente, a través del trabajo de los autores, resulta posible no sólo comprender al sector, sino también visualizar diversas estrategias para su fortalecimiento y posicionamiento en la vorágine global.

### La investigación

El libro muestra los resultados de una investigación realizada en 2007, con una muestra de 420 Mipymes del Municipio de Celaya. La tarea se llevó a cabo por un grupo multidisciplinario de investigación y fue puesta en marcha con el apoyo de estudiantes de la División de Ciencias Sociales y Humanidades del Campus Celaya-Salvatierra de la Universidad de Guanajuato.

El objetivo de la investigación fue, en palabras de los autores, “el desarrollo de una base conceptual para hacer visible lo invisible (el tejido social y las representaciones en las relaciones económicas); es decir, el entramado social y cultural de las Mipymes de Celaya, mostrando su importancia”.

De esta manera, la pregunta central de investigación fue: *¿Podría contar la historia de la empresa, qué problemáticas tuvo y cómo las solucionó?*

A partir de esta interrogante, se interpretaron las historias de vida de las Mipymes para conocer los entramados sociales y culturales que les dieron origen, bajo el común denominador de dos grandes dimensiones: la objetiva y la subjetiva, en otras palabras, la visible y la invisible.

En el capítulo 1 los autores bosquejan el estado del arte en torno a las definiciones de los capitales (vistos como recursos), y crean sus propias definiciones analíticas, que se citan a continuación:

*Capital social:* es el proceso social que entrelaza las relaciones de las personas con su conocimiento y confianza, con lo cual se ponen en marcha acciones conjuntas impregnadas por este sentido de grupo o pertenencia, construyendo entramados afectivos y emotivos entre ellos. Habla del sentido de solidaridad y comunidad, es decir, la malla de las redes sociales entre diversos actores.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Colaboración familiar o de amistades (sea moral, económica, política, etc.) y vinculación (sea con el gobierno o con otras empresas, amigos, financiadoras, clientes, etc.).

*Capital cultural:* el conjunto de capacidades, aptitudes y actitudes que tienen las personas que participan en las organizaciones de forma individual (conocimientos, experiencias, estudios, habilidades, destrezas, etc.). En otras palabras, la capacidad productiva y creativa.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Experiencia, conocimiento, habilidades, escolaridad, innovación y creatividad.

*Capital simbólico:* es la capacidad representativa que tiene la organización al interior y al

exterior de sí misma, así como la orientación de las estrategias de este recurso simbólico que se objetiva en la imagen, es decir, en la identidad organizacional. Este capital es importante, ya que posibilita la legitimación o deslegitimación de las prácticas que se realizan, tanto dentro como fuera de la empresa.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Preferencia de los clientes (prestigio y calidad), reconocimiento del producto o servicio, posicionamiento en el mercado, actitud y disposición al trabajo.

*Capital comercial:* está compuesto por los capitales social y simbólico que han construido un posicionamiento relativo en el escenario a partir de diversas estrategias y recursos en un mercado determinado.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Recomendaciones y preferencia de los clientes, diversificación de productos, seguimiento al cliente, posicionamiento y mantenimiento en el mercado.

*Capital tecnológico:* se refiere a los recursos científicos y técnicos, y a la capacidad y fuerza productiva de una organización.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Tipo de maquinaria, tipo de tecnología, innovación en productos y en técnicas.

*Capital financiero:* se refiere a los activos monetarios, insumos e infraestructura necesaria para invertir y producir.

Las categorías analizadas en esta dimensión son:

- Ahorro, fuentes de financiamiento e inversiones.

Adicionalmente, se analizan dos aspectos: la trama y el drama, buscando las combinaciones de éstos de acuerdo con los testimonios recabados.

*Trama:* se refiere a un momento determinado de una organización o a la actividad económica en que se encuentra, es decir, la ubicuidad en el tiempo y espacio de una organización.

*Drama:* es la percepción expresada de acuerdo con una problemática vivida, en este caso, lo que originó la creación de la Mipyme.

En el capítulo 2 se describe la metodología empleada, que es complementaria entre lo cualitativo, con base en entrevistas y análisis del discurso, y lo cuantitativo, al categorizar las respuestas y manejarlas con un programa estadístico.

El lector encontrará en el capítulo 3 los testimonios de los dueños, directores o responsables de las 420 Mipymes que conforman el estudio, agrupadas en 18 gremios:

1. Fábricas y talleres de cajetas y dulces tradicionales.
2. Panaderías y pastelerías tradicionales.
3. Tortillerías.
4. Helados y paletas.
5. Talleres de carpintería.
6. Talleres de muebles de madera.
7. Industria de alimentos.
8. Industria de lácteos.
9. Fábricas de procesamiento de cartón y papel.
10. Talleres y fábricas textiles.
11. Industria de materiales para la construcción.
12. Talleres de herrería.
13. Talleres de tornos.
14. Metalmecánica.
15. Muebles con piezas mecánicas.
16. Industrias de partes automotrices.
17. Industria química.
18. Comercio y servicios.

En cada testimonio se analiza, a manera de tabla, si hay, el tipo de capital, ya sea social, simbólico, cultural, tecnológico y financiero; ade-

más del trama y el drama si lo hubiese. También se describe el tamaño de la empresa, las personas que laboran y su antigüedad en el mercado.

El resultado fue un arduo y delicado trabajo de transcripción e interpretación por parte del equipo de investigación, ya que hubo que desmenuzar cada testimonio para identificar lo que correspondía a cada tipo de capital, y lograron, al final del capítulo, una síntesis bastante ilustrativa acerca de qué tipo de capital está más presente en el imaginario social de los empresarios de Celaya.

En el capítulo 4 se presenta una tipología de gremios, diseñada de acuerdo con los hallazgos de la investigación.

En el capítulo 5 se esbozan propuestas estratégicas de acuerdo con la problemática detectada en el análisis de la información; de manera implícita, los autores mencionan algunas futuras líneas de investigación, entre ellas destaca el estudio de cómo afectan las Mipymes en la comunidad. Lo anterior a partir del análisis del compromiso y la responsabilidad de las Mipymes con el desarrollo del lugar donde se alberga; además, ponen de manifiesto la necesidad de adicionar un capital más al análisis: el ecológico.

Con el sexto y último capítulo se concluye el libro, en éste enuncian una serie de recomendaciones en dos sentidos: el primero, dirigido a las Mipymes, para que se fortalezcan, ya que enfrentan actualmente diversos retos entre los que destacan los bajos niveles de innovación y profesionalización; el segundo, dirigido a los investigadores, ensalzando la importancia del análisis sociocultural para una comprensión más holística de las Mipymes.

También se enfatiza el papel del gobierno como ente proveedor para las Mipymes, aspecto que es necesario redefinir ya que, no obstante, en

México, en los últimos años, se han creado diversos programas de apoyo para las Mipymes. En lo personal, considero que es necesaria la creación de un ente externo, con representación de los empresarios y que sea permanente, pues los planes de desarrollo, como bien sabemos, obedecen a motivaciones políticas, y si la cuestión del emprendimiento y apoyo a Mipymes no es vista como algo prioritario, difícilmente continuará.

Los autores mencionan, a manera de cierre, las limitaciones del estudio, con lo cual reconocen que aún existe tela de donde cortar, es decir, dimensiones ocultas que es necesario explorar.

A manera de conclusión, y en lo personal, reconozco la contribución de este libro para el conocimiento de las Mipymes en México; es una investigación seria que ahonda para tratar de comprender la identidad propia de las Mipymes, considerando su rostro oculto y pocas veces reconocido, el conformado por la cuestión social, cultural y simbólica, la cual, sin lugar a dudas, nos da los matices que hacen tan peculiar a este tipo de organización.

Este libro se publicó con el apoyo del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI); fue escrito en 2011 por Ricardo Contreras Soto, Alejandra López Salazar y Rubén Molina Sánchez y coeditado por Pearson y la Universidad de Guanajuato Campus Celaya-Salvatierra, la institución de adscripción de los autores.

## Bibliografía

Contreras, Ricardo; Alejandra López y Rubén Molina (2011), *Emprendimiento. Dimensiones sociales y culturales en las Mipymes*, México, Universidad de Guanajuato, Campus Celaya-Salvatierra/Pearson Educación.